MERKATARITZA ZUZENDARITZA: SARRERA (KASU PRAKTIKOA)

¡Quiero unas Nike!





ERANTZUN BEHARREKO GALDERAK:

1.- Deskriba itzazu Javi-ren erosketa egiteko prozesuaren ezaugarri nagusienak eta adieraz ezazu, pertsona heldu batekiko, honek dauzkan desberdintasun nabarmenenak

2.- Identifikatu eta deskribatu agente sozializatzaile bakoitzak Javiren jarreran daukan eragina.

3.- Zergatik da hain garrantzitsua produktuaren marka kirol-oinetakoen kontsumitzaile gazteentzako?

4.- Zergatik zuzentzen dituzte batik bat gazteengana bere komunikazio-kanpainak kirol-oinetakoak merkaturatzen dituzten enpresek? Produktuak segmentu horretara bideratzen dituzten enpresentzat, zein ondorio dauzka gaztearen ikaste-prozesuak?

eman ta zabal zazu
universidad del país vasco · euskal herriko unibertsitatea
Departamento de Economía de la Empresa y Comercialización

MERKATARITZA ZUZENDARITZA: ERABAKIAK
2001. URTEKO EKAINA

Izena eta Abizenak ____________________

N.A.N zenbakia: ____________________

1. Zein da Gipuzkoako hiriburua:

a) Donostia
b) Gasteiz
c) Bilbo
d) Iruñea
e) Baiona

Enuntziatu hau, hurrengo bi galderei erantzuteko erabili behar da.
Kepa eta Ander, Euskoplay enpresaren sortzaileak, informatikako bi joku berri merkaturatzeko jarraitu behar den marketing estrategiari buruz eztabaidatzen ari dira. Joku bat 4-8 urte bitarteko adina duten ume segmentura zuzenduko da, bere ezaugarriak honakoak direlarik: Jokua kontu-kontari interaktiboa da; alegia, umeari galderak egiten dizkio eta honek baiezkoa ala ezezkoa emanez erantzuten du. Honela umeak erantzuten duenaren arabera istorio bat garatzen da. Bigarren produktua, berriz, batik bat helduei zuzendutako joku interaktiboa da; interneten bidez burutzen da eta jokalari askok hartu dezake parte. Produktu testek diotenez, kontsumitzaileek bikaintzat jotzen dituzte produktuak; horrexegatik, hauxe da enpresari gazteek bi produktuontzat aukeratu duten posizionamendua.

2. Marka estrategiari dagokionez zera proposatzen du Kepak: umeentzako jokuari "Euskoplay-Tale" izena jartzea eta besteari "Euskoplay-People". Ander ez dago zeharo ados erabaki honekin eta, gauzak oso garbi ikusten ez dituenez, erabaki egokiena hartzen lagun diezaiozun eskatzen dizu:

a) Anderren ustez, kepak planteatzen duena aterkin erako markaren estrategia da. Bere ustez, merkatua saturatu nahi denan izan daiteke gomendagarria estrategia hau
b) idazkariak eztabaida entzun du eta, bere ustez, Kepak proposatzen duena marka kolektiboaren estrategia da; gainera, estrategia honi esker etorkizunean beste produktuen sarrera erraztuko litzatekeela uste du
c) Anderren ustez, marka indibidualaren estrategia egokia izan daiteke, produktuak bi segmentu ezberdinetara zuzentzen baitira; horrela, irudi nahasketa gertatzeko arriskua gutxitu egingo litzateke
d) erantzun zuzenak a eta c dira
e) erantzun zuzenak b eta c dira

3. Komunikazio politikari dagokionez, Kepak eta Anderrek ikuspuntu kontrajarriak dituzte:

a. Keparentzat salmenten sustapena epe laburrean salmentak suspertzeko erabili daiteke, bitartekariari edota azken bezeroari zuzenduz
b. produktu berriak merkaturatzeko salmenta sustapena ez dela oso egokia entzun du idazkariak
c. Anderren ustez, harreman publikoetara jo beharko lukete; izan ere, enpresaren irudi publikoa eta marken pertsonalitatea sortzeko tresna aproposena da
d. erantzun zuzenak a eta c dira
e. erantzun zuzenak b eta c dira

4. Banaketa jarduerak bitartekarien bidez burutzeak:

a. fabrikatzailearen irudia hobetzen laguntzen du, banaketa-enpresak kontsumitzaileen aldetik ezagunagoak baitira
b. nahasketak sortzen ditu merkatuan, kontsumitzaileak ez dakielako nor den produktuen jabea; hau da, ez daki nor den markaren arduradun nagusia
c. normalean eta modu orokor batetan, azken kontsumitzaileengana heldu ahal izateko behar diren kontaktu kopurua murrizten du
d. kostuak handitzen ditu; izan ere, bitartekariek betetzen dituzten funtzioak fabrikatzaileak berak beteko balitu, salmenta prezioari gehitutako marjina beti baxuagoa izango litzateke
e. aurreko bat ere ez